

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開平10-275186

(43) 公開日 平成10年(1998)10月13日

(51) Int.Cl. ⁶	識別記号	F I
G 0 6 F 17/60		G 0 6 F 15/21 3 3 0
13/00	3 5 1	13/00 3 5 1 E
G 0 7 F 17/00		G 0 7 F 17/00 B

審査請求 未請求 請求項の数14 O L (全 11 頁)

(21) 出願番号 特願平9-81219

(22) 出願日 平成9年(1997)3月31日

(71) 出願人 000155469

株式会社野村総合研究所

東京都中央区日本橋1丁目10番1号

(72) 発明者 中 俊文

横浜市保土ヶ谷区神戸町134番地 株式会

社野村総合研究所内

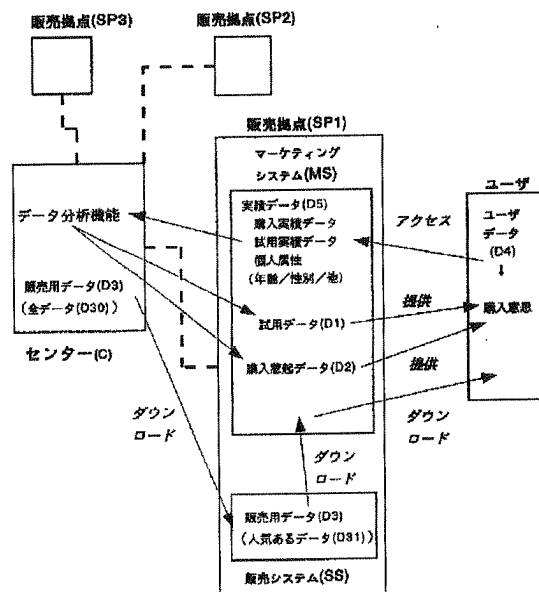
(74) 代理人 弁理士 黒田 博道 (外4名)

(54) 【発明の名称】 オン・デマンド販売方法およびオン・デマンド販売装置

(57) 【要約】

【目的】 入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる販売システムを提供することである。

【構成】 販売拠点(SP1)においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス段階、ユーザに試用してもらうための試用データ(D1)を提供する試用データ提供段階、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データ(D2)を提供する購入惹起データ提供段階、およびユーザの購入意思の確認の後、販売用データ(D3)をユーザへ提供する販売提供段階を含むオン・デマンドシステムである。アクセスしたユーザからは、ユーザの属性等に関するユーザデータ(D4)を収集するユーザデータ収集段階を含むこともできる。



【特許請求の範囲】

【請求項1】販売拠点においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス段階、ユーザに試用してもらうための試用データを提供する試用データ提供段階、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データを提供する購入惹起データ提供段階、およびユーザの購入意思の確認の後、販売用データをユーザへ提供する販売提供段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とするオン・デマンド販売方法。

【請求項2】アクセスしたユーザの属性等に関するユーザデータを収集するユーザデータ収集段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項1記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項3】購入惹起データは、ユーザデータ収集段階にて収集されたユーザデータに基づいて、当該ユーザが購入する確率の高い販売用データを優先的にカタログ表示されるデータを含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項2記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項4】販売実績、試用実績などの実績データを分析するデータ分析段階、およびそのデータ分析段階により購入惹起データを更新するデータ更新段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項1、請求項2および請求項3記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項5】試用データをランキングさせて提供できるように形成したオン・デマンドシステムにおいて、データ更新段階には、試用データのランキングの更新も含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項4記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項6】販売提供段階は、販売拠点とは別に設けられたセンターからのダウンロードを経るオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項1、請求項2、請求項3、請求項4および請求項5記載のオン・デマンド販売方法。

【請求項7】ユーザが試用データを試用している場合には、その試用データに対応する販売用データをすぐに提供することができるように準備する提供準備段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする請求項1、請求項2、請求項3、請求項4、請求項5および請求項6のオン・デマンド販売方法。

【請求項8】販売拠点においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス手段、ユーザに試用してもらうための試用データを提供可能な試用データ提供手段、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データを提供可能な購入惹起データ提供手段、およびユーザの購入意思を確認した場合に、販売用データをユーザへ提供する販売提供手段を備えたことを特徴とするオン・デマンド販売装置。

【請求項9】アクセスしたユーザの属性等に関するユー

ザデータを収集可能なユーザデータ収集手段を備え、購入惹起データ提供手段は、ユーザデータ収集手段が収集したユーザデータに基づいて、当該ユーザが属する集団が購入する確率の高い販売用データを優先させてソートさせて購入惹起データを形成したことを特徴とする請求項8記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項10】販売実績、試用実績などの実績データを分析可能なデータ分析手段、およびそのデータ分析手段による分析結果により購入惹起データを更新するデータ更新手段を備えたことを特徴とする請求項8および請求項9記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項11】データ更新手段は、試用データの更新も行えることを特徴とする請求項10記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項12】販売拠点とは別にセンターを備え、そのセンターには、極めて多種類の販売用データを蓄積可能とするとともに、センターおよび販売拠点には、センターに蓄積された販売用データを必要に応じてダウンロード可能なセンターダウンロード手段を備えたことを特徴とする請求項8、請求項9、請求項10および請求項11記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項13】販売拠点には、販売実績の高い販売用データをストックしておく人気データストック手段を備えたことを特徴とする請求項12記載のオン・デマンド販売装置。

【請求項14】センターには、人気データストック手段にストックされている販売用データが何であるか把握できるストックデータ把握手段と、ユーザが試用データを試用している場合であってその試用データに対応する販売用データが販売拠点にはストックされていない場合には、当該販売用データを、販売拠点へすぐにダウンロードすることができるように準備するダウンロード準備手段とを備えたことを特徴とする請求項13記載のオン・デマンド販売装置。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、ネットワークを介して、ソフトウェア等の情報（音楽、プログラム）を、センターから離れた地点の販売拠点（店頭、家庭の端末機など）に送信し、これを利用するユーザーは、情報を試用あるいは試用（以下、「試用等」という）して購入の参考にする「オンデマンド」の販売システムに関する。

【0002】

【先行技術】近年の販売システムではオンデマンドシステムにより、「情報」という無形物を販売するようになってきた。「情報」はデジタル化が可能であるので、例えばデータ圧縮などの効率的な情報の配信方法や、例えば販売頻度が高い情報を予め販売拠点へ蓄積しておく方法などが採用できる。これらは購入したい情報を特定で

きるユーザにとっては、非常に便利である。例えば、購入したい音楽を、曲名、ミュージシャン等の条件によって特定し、申し込み手続をして対価を支払うという手順によって、基地局から送信されるデジタル情報たる音楽を購入することができる。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、従来のオンデマンドシステムによる販売システムにも、以下のような欠点があった。音楽を購入したい場合を例にして説明する。まず、購入したい音楽を明確に特定できる条件を、ユーザ側が持っていないとしない。仮に、明確に特定できる条件を持っていないユーザが購入しようとすれば、膨大なデータベースの中から煩雑な検索を経なければならない。

【0004】また、試聴、試用をしてから購入を決定したいというニーズには応えられない。一方、ニーズが多様化、細分化していることに加え、ユーザ自身も何が欲しいという明確な条件を持ちにくい場合も増えている。すなわち、「何かいい音楽はないか」といった漠然としたニーズのユーザも増えている。しかし、そのようなユーザに対しては応えられるシステムにはなっていない。

【0005】本発明が解決すべき課題は、購入したい情報、例えば音楽やプログラムなどの名前、製造元など、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる技術を提供することにある。ここで、請求項1ないし請求項7記載の発明の目的は、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる販売方法を提供することである。

【0006】また、請求項8ないし請求項14記載の発明の目的は、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる装置を提供することである。

【0007】

【課題を解決するための手段】上記した課題を解決するため、本出願人は、前記した請求項1ないし請求項14に記載した発明を提供する。

(請求項1) 請求項1記載の発明は、販売拠点(SP1)においてユーザからのアクセスを受け付けるアクセス段階、ユーザに試用してもらうための試用データ(D1)を提供する試用データ提供段階、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データ(D2)を提供する購入惹起データ提供段階、およびユーザの購入意思の確認の後、販売用データ(D3)をユーザへ提供する販売提供段階を含むオン・デマンドシステムであることを特徴とする

オン・デマンド販売方法である。

【0008】(用語説明)「ユーザからのアクセス」とは、オンラインによるものの他、販売拠点へユーザが向向き、販売拠点に設置された端末を用いてアクセスする場合なども含む趣旨である。販売用データ(D3)とは、オンラインによって提供が可能なデジタル情報である。例えば、文書、音楽、プログラム、映像などである。

【0009】試用データ(D1)とは、例えば販売用データ(D3)が文書の場合にはその文書のダイジェスト版であり、販売用データ(D3)が音楽である場合には8小節分といった販売用データ(D3)の一部分であったりする。購入惹起データ(D2)とは、例えば週間ランキング、著名人のコメントなどである。

【0010】例えば、試用データ(D1)と購入惹起データ(D2)とを連動させておき、購入惹起データ(D2)にリストされた特定のデータをユーザが指定すれば、すぐに試用データ(D1)を入手できるようにしておいてもよい。「販売用データ(D3)をユーザへ提供する」とは、例えば、ユーザが所有するハードディスクドライブへダウンロードする、という手段の他、通信カラオケなどにおいて一度だけ音楽を提供する場合も含む。また、提供手段については、オンラインで行う手段のみならず、購入の申し込みを受けて販売用データ(D3)を記録した媒体(例えば、CD-ROM)を郵送する、という手段も、本願発明に含む趣旨である。

【0011】(作用)ユーザが本システムにアクセスすれば、試用データ(D1)の試用ができたり、購入惹起データ(D2)の提供を受けたりできるので、入手したい販売用データ(D3)を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる。

(請求項2) 請求項2記載の発明は、請求項1記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、アクセスしたユーザの属性等に関するユーザデータ(D4)を収集するユーザデータ収集段階を含むことを特徴とする。

【0012】(用語説明)ユーザデータ(D4)とは、年齢、性別、職業、住所など、ユーザを分類するための属性に関するデータであり、本システムのサービスの向上や、経営状態改善のために用いる。このユーザデータ(D4)の取得手段としては、ユーザが本システムにアクセスする度にユーザに入力してもらう方法、一度アクセスしたユーザには会員番号を与えて二度目以降のアクセスの際にはその会員番号を入力してもらう方法、会員ユーザに配布するICカードによる方法などがある。ICカードには、購入の履歴などを記入するようにしてもよい。更に、不正利用を防ぐ手段を併せ持つように形成してもよい。

【0013】(作用)本システムはユーザがアクセスした場合、ユーザデータ(D4)を収集できるので、そのユー

ザデータ(D4)を用いて、サービスの向上や、経営状態改善のために用いることができる。

(請求項3) 請求項3記載の発明は、請求項2記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、購入惹起データ(D2)は、ユーザデータ収集段階にて収集されたユーザデータ(D4)に基づいて、当該ユーザが購入する確率の高い販売用データ(D3)を優先的にカタログ表示されるデータを含むことを特徴とする。

【0014】(用語説明) 販売用データ(D3)が音楽である場合、ユーザデータ(D4)の属性、例えば10代の女性には、Aというグループの音楽を好む場合にはBという歌手をも好む傾向があるといった相関関係を分析して購入惹起データ(D2)とすることもできるようにしてある。

【0015】(作用) 本システムにユーザがアクセスすると、本システムはユーザデータ収集段階にてユーザデータ(D4)を収集できる。そのユーザデータ(D4)が蓄積されれば、ユーザの属性に基づいた売れ筋を、統計的に把握することができる。次に、あるユーザがアクセスしてきた場合には、当該ユーザの属性に該当する人気あるデータと呼び出して購入惹起データ(D2)に含ませるようにする。

【0016】すると、販売用データ(D3)が音楽である場合にアクセスしてきたそのユーザは、例えば「最近売っていて、さっき喫茶店で流れていた曲を購入したい。」「友達に乗り遅れないように、最近売れている曲は購入しておきたい。」といったあいまいな状態でも、購入惹起データ(D2)に目当ての曲が入っている可能性が高くなる。すると、短時間で目当ての曲を探し当てることができるというメリットがでてくる。一方、本システムの提供者としても、目当ての曲を限られた時間で探せなくて購入を控えていたようなユーザを購入に至らせることができるというメリットがでてくる。

(請求項4) 請求項4記載の発明は、請求項1、請求項2および請求項3記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、販売実績、試用実績などの実績データ(D5)を分析するデータ分析段階、およびそのデータ分析段階により購入惹起データ(D2)を更新するデータ更新段階を含むことを特徴とする。

【0017】(用語説明) 実績データ(D5)とは、販売実績および試用実績をメインとするデータであるが、ユーザデータ(D4)との組合せからなる新たなデータなどであってもよい。データ分析段階、データ更新段階の頻度は多いほどユーザにとってのメリットが大きい、システムの規模によって異なる。

【0018】(作用) 本システムは、データ分析段階およびデータ更新段階を含んでいるので、入手したい販売用データ(D3)を特定するための条件を明確にしないユーザに対して示唆を与えるというサービスの質を、高い水準で維持できる。

(請求項5) 請求項5記載の発明は、請求項4記載のオ

ン・デマンド販売方法を限定したものであり、試用データ(D1)をランキングさせて提供できるように形成したオン・デマンドシステムにおいて、データ更新段階には、試用データ(D1)のランキングの更新も含むことを特徴とする。

【0019】(作用) 本システムは、データ更新段階を経ることによって試用データ(D1)のランキングの更新もなされるので、ユーザが欲する試用データ(D1)にたどり着く時間を短くできる可能性を高められる。

10 (請求項6) 請求項6記載の発明は、請求項1、請求項2、請求項3、請求項4および請求項5記載のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、販売提供段階は、販売拠点(SP1)とは別に設けられたセンター(C)からのダウンロードを経ることを特徴とする。

【0020】(作用) 本システムによれば、販売拠点(SP1)とは別にセンター(C)を備えているので、販売拠点が複数になっても、販売拠点ごとにすべての販売用データ(D3)を常時ストックしておく必要がなく、設備のスリム化を図ることができる。

20 (請求項7) 請求項7記載の発明は、請求項1、請求項2、請求項3、請求項4、請求項5および請求項6のオン・デマンド販売方法を限定したものであり、ユーザが試用データ(D1)を試用している場合には、その試用データ(D1)に対応する販売用データ(D3)をすぐに提供することができるように準備する提供準備段階を含むことを特徴とする。

【0021】(用語説明) 請求項6に記載したような販売拠点(SP1)とは別にセンター(C)を備えているシステムにおいて、ユーザが試用している試用データ(D1)に対応する販売用データ(D3)が販売拠点(SP1)にない場合には、センター(C)から販売拠点(SP1)へダウンロードしておく、あるいはダウンロードの準備をしておく。

【0022】(作用) 本システムによれば、提供準備段階があるので、ユーザが試用データ(D1)に基づいて購入の意思決定をしたらすぐに販売用データ(D3)を提供できるので、ユーザが入手するまでの時間を短縮でき、ユーザにとっての満足度が高まる。請求項2等を限定した発明においては、販売拠点ごとにユーザデータ(D4)を収集できるというメリットがある。請求項3を限定した発明においては、当該販売拠点に特有な売れ筋を把握できるようになる。

(請求項8) 請求項8記載の発明は、販売拠点(SP1)においてユーザからのオンラインによるアクセスを受け付けるアクセス手段、ユーザに試用してもらうための試用データ(D1)を提供可能な試用データ提供手段、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データ(D2)を提供可能な購入惹起データ提供手段、およびユーザの購入意思を確認した場合に、販売用データ(D3)をユーザへ提供する販売提供手段を備えたことを特徴とするオン・デマンド販売装置である。

【0023】（用語説明）「販売提供手段」とは、例えば、ユーザが所有するハードディスクドライブへダウンロードする、という手段の他、通信カラオケなどにおいて一度だけ音楽を提供する場合も含む。また、提供手段については、オンラインで行う手段のみならず、購入の申し込みを受けて販売用データ(D3)を記録した媒体（例えば、CD-ROM）を郵送する、という手段も、本願発明に含む趣旨である。

【0024】（作用）販売拠点(SP1)においては、アクセス手段によってユーザからのオンラインによるアクセスを受け付ける。そして、試用データ提供手段、購入惹起データ提供手段により、試用データ(D1)、購入惹起データ(D2)をユーザに対して提供する。試用データ(D1)、購入惹起データ(D2)を提供されたユーザは、それを利用して、あるいは利用せずに、購入したいデータを特定し、購入の意思表示をする。その場合、本願発明に係るオン・デマンド販売装置は、販売提供手段によって、販売用データ(D3)をユーザへ提供する。

【0025】本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、試用データ(D1)の試用ができたり、購入惹起データ(D2)の提供を受けたりできるので、入手したい販売用データ(D3)を特定するための条件を明確にしていらないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる。

（請求項9）請求項9記載の発明は、請求項8記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、アクセスしたユーザの属性等に関するユーザデータ(D4)を収集可能なユーザデータ収集手段を備え、購入惹起データ提供手段は、ユーザデータ収集手段が収集したユーザデータ(D4)に基づいて、当該ユーザが属する集団が購入する確率の高い販売用データ(D3)を優先させてソートさせて購入惹起データ(D2)を形成したことを特徴とする。

【0026】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムは、ユーザデータ収集手段により、本願発明に係るシステムにアクセスしたユーザのユーザデータ(D4)を収集する。次に、そのユーザデータ(D4)に基づいて、当該ユーザが属する集団が購入する確率の高い販売用データ(D3)を優先させてソートさせることによって、購入惹起データ(D2)を形成する。すると、例えば、入手したい販売用データ(D3)を特定するための条件を明確にしていらないユーザに対して、購入の意思決定を下す確率を高めることができる。

（請求項10）請求項10記載の発明は、請求項8および請求項9記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、販売実績、試用実績などの実績データ(D5)を分析可能なデータ分析手段、およびそのデータ分析手段による分析結果により購入惹起データ(D2)を更新するデータ更新手段を備えたことを特徴とする。

【0027】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販

売装置を採用した販売システムは、データ分析手段を用いて実績データ(D5)を分析する。その分析結果は、データ更新手段により、購入惹起データ(D2)を更新するのに用いる。すると、入手したい販売用データ(D3)を特定するための条件を明確にしていらないユーザに対して示唆を与えるというサービスの質を、高い水準で維持できる。

（請求項11）請求項11記載の発明は、請求項10記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、データ更新手段は、試用データ(D1)の更新も行えることを特徴とする。

【0028】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムは、データ更新段階を経ることによって試用データ(D1)のランキングの更新もなされるので、ユーザが欲する試用データ(D1)にたどり着く時間を短くできる可能性を高められる。

（請求項12）請求項12記載の発明は、請求項8、請求項9、請求項10および請求項11記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、販売拠点(SP1)とは別にセンター(C)を備え、そのセンター(C)には、極めて多種類の販売用データ(D3)を蓄積可能とするとともに、センター(C)および販売拠点(SP1)には、センター(C)に蓄積された販売用データ(D3)を必要に応じてダウンロード可能なセンターダウンロード手段を備えたことを特徴とする。

【0029】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、販売拠点(SP1)とは別にセンター(C)を備えているので、販売拠点が複数になっても、販売拠点ごとにすべての販売用データ(D3)を常時ストックしておく必要がなく、設備のスリム化を図ることができる。

（請求項13）請求項13記載の発明は、請求項12記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、販売拠点(SP1)には、販売実績の高い販売用データ(D3)をストックしておく人気データストック手段を備えたことを特徴とする。

【0030】（作用）本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、販売拠点(SP1)には人気データストック手段を備えているので、当該手段にストックされている販売用データ(D3)を販売、すなわちユーザへの提供をする際には、ユーザが入手するまでの時間を短縮できる。

（請求項14）請求項14記載の発明は、請求項13記載のオン・デマンド販売装置を限定したものであり、センター(C)には、人気データストック手段にストックされている販売用データ(D3)が何であるか把握できるストックデータ把握手段と、ユーザが試用データ(D1)を試用している場合であってその試用データ(D1)に対応する販売用データ(D3)が販売拠点(SP1)にはストックされていない場合には、当該販売用データ(D3)を、販売拠点(SP1)へすぐにダウンロードすることができるように準備す

るダウンロード準備手段とを備えたことを特徴とする。
【0031】(作用)本願発明に係るオン・デマンド販売装置を採用した販売システムによれば、ストックデータ把握手段をセンター(C)に備えているので、センター(C)においては、人気データストック手段にストックされているデータ、されていないデータを常に把握できる。そして、ダウンロード準備手段を備えているので、ユーザが試用データ(D1)を試用している場合であってその試用データ(D1)に対応する販売用データ(D3)が販売拠点(SP1)にはストックされていない場合には、当該販売用データ(D3)を、販売拠点(SP1)へすぐにダウンロードすることができる。したがって、当該販売用データ(D3)をユーザへ提供する際には、ユーザが入手するまでの時間を短縮できる。

【0032】

【発明の実施の形態】以下、本発明を実施の形態および図面に基づいて更に詳しく説明する。ここで使用する図面は図1ないし図4である。図1は、本発明の第一の実施の形態を示す概念図である。図2は、本発明の第二の実施の形態を示す概念図である。図3は、本発明の第三の実施の形態を示す概念図である。図4は、本発明の第四の実施の形態を示す概念図である。

(第一の実施の形態)図1に基づいて、第一の実施の形態について説明する。

【0033】この実施の形態は、複数の販売拠点SP1、SP2、SP3と、それらの販売拠点SP1、SP2、SP3を統合するセンターCとから形成されているオン・デマンド・マーケティングシステムである。販売拠点SP1、SP2、SP3はすべて同一の構成なので、以下、このシステムを利用するユーザが、図1に示すように販売拠点SP1を利用するとして説明する。また、このシステムは、音楽データを販売するシステムであるとする。

【0034】販売拠点SP1は、センターCとオンラインで結ばれている。また、販売拠点SP1は、販売用データD3をストックしておく販売システムSSと、ユーザがアクセスするマーケティングシステムMSとに分けられて形成されている。このマーケティング・システムを利用してデータを購入しようとするユーザは、まず、例えば最も電話料金の安い場所に設けられた販売拠点SP1のマーケティングシステムMSにオンラインでアクセスする。販売拠点SP1に出向いていって、そこにある端末によってアクセスすることにしてもよい。そのとき、そのユーザに関するデータたるユーザデータD4、例えば年齢、性別、住所、職業などをマーケティングシステムMSが入手する。

【0035】ユーザからのアクセスがあると、マーケティングシステムMSは、ユーザに試用してもらうための試用データD1、ユーザにデータ購入の意思を惹起させるための購入惹起データD2を提供する。ここで、試用

データD1とは、いわゆる「さび」の部分の8小節分までとした販売用データD3の一部分である。購入惹起データD2とは、例えばユーザデータD4や販売実績データなどから作成した週間ランキングのほか、新曲販売促進用のイメージビデオ、著名人のコメントなどを含むデータである。

【0036】ユーザデータD4の属性、例えば10代の女性には、Aというグループの音楽を好む場合にはBという歌手をも好む傾向があるといった関連関係を分析して購入惹起データD2とすることもできるようにしてある。なお、試用データD1と購入惹起データD2とは連動しており、購入惹起データD2のランキングにリストされた特定のデータをユーザが指定すれば、すぐに試用データD1を入手できるようにしてある。

【0037】試用データD1および購入惹起データD2を利用しないユーザは、購入を希望する販売用データD3を特定するための検索情報を、マーケティングシステムMSに対して送信する必要がある。マーケティングシステムMSは、その検索情報に基づいて、販売用データD3を提供できる準備をする。このとき、ユーザが希望するデータであるかどうかを確認させるため、試用データD1として新たに提供できるようにしてもよい。

【0038】このように、ユーザが本システムにアクセスすれば、試用データD1の試用(試聴)ができたり、購入惹起データD2の提供を受けたりできるので、入手したい販売用データD3を特定するための条件を明確にしていないユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる。

【0039】購入の意思を固めたユーザが、マーケティングシステムMSに対して購入の意思を表示すると、販売用データD3がユーザへ提供される。例えば、ユーザ所有のハードディスクドライブへダウンロードされる。この販売用データD3は、人気あるデータD31であれば、販売システムSSにストックされているが、販売システムSSにストックされていない場合には、全販売用データD30をストックしているセンターCから販売システムSSへダウンロードし、その後ユーザへダウンロードする。

【0040】なお、ユーザが試用データD1を使用している場合には、その試用データD1に対応する販売用データD3のダウンロードを準備することとしている。そうすれば、ユーザはいち早く販売用データD3を入手することができる。また、試用データD1を試用した旨の使用実績データや購入した場合にはその旨の購入実績データなどの実績データD5は、ユーザデータD4とともにセンターCに送られ、センターCに設けられたデータ分析機能にかけられる。すなわちデータ分析機能とは、ユーザデータD4を販売拠点から入力する入力手段と、そのユーザデータD4を記録する記憶手段と、その記憶

手段に記録されたユーザデータを集計して前記購入惹起データへ加工する演算手段と、その演算手段による集計結果を前記マーケティングシステムMSの購入情報提供機能へ送信する出力手段とを備える。

(第二の実施の形態) 続いて、第二の実施の形態につき、図2に基づいて第一の実施の形態と比較しつつ説明する。

【0041】第二の実施の形態が第一の実施の形態と異なるのは、販売拠点SP1におけるマーケティングシステムMSと販売システムSSとが一緒になっている点である。このように形成することによって販売拠点SP1の装置を簡略化する。一方、簡略化に伴い、販売用データD3としてストックしておける人気あるデータD31は、第一の実施の形態に比べて少なくなる場合があるが、ストックしていない販売用データD3についてはセンターCからダウンロードすればよい。

(第三の実施の形態) 続いて、第三の実施の形態につき、図3に基づいて第一の実施の形態と比較しつつ説明する。

【0042】第三の実施の形態が第一の実施の形態と異なるのは、販売拠点ごとにセンターの機能を持たせたセンター装置C1を備えた点にある。販売拠点をひとつしか設けていない場合にはこの形態となる。例えば、第一の実施の形態に移行する前のアンテナショップである。また、全販売用データD30がそれほど大きな容量にならない場合にもこの形態が合理的である場合もある。

(第四の実施の形態) 続いて、第四の実施の形態につき、図4に基づいて第三の実施の形態と比較しつつ説明する。

【0043】第四の実施の形態が第三の実施の形態と異なるのは、販売拠点ごとにセンターCの機能を持たせるとともに、マーケティングシステムMSと販売システムSSとを一緒にしている点である。この実施の形態によれば、販売拠点SP1の装置を簡略化できるというメリットがある。

(バリエーション) カラオケボックスの通信カラオケシステムに本願発明が採用される場合について、図2を用いて補足説明する。

【0044】通信カラオケシステムの場合には、図2における「ユーザ」に該当するのはカラオケボックス店の

各ボックス(部屋)に設置された端末装置(クライアント)となり、「販売拠点SP1」は各ボックスの端末装置とオンラインで結ばれた店内ホストコンピュータ(サーバ)となる。例えば、カラオケボックスの客は、受付でICカードを手渡され、そのICカードの使用を条件に各ボックスの端末装置を操作する。

【0045】

【発明の効果】請求項1ないし請求項7記載の発明によれば、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしているユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる販売方法を提供することができた。

【0046】また、請求項8ないし請求項14記載の発明によれば、入手したいデジタル情報を特定するための条件を明確にしているユーザに対して、示唆を与えることができること、および試用をしてから購入を決定したいというニーズへ対応できる装置を提供することができた。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の第一の実施の形態を示す概念図である。

【図2】本発明の第二の実施の形態を示す概念図である。

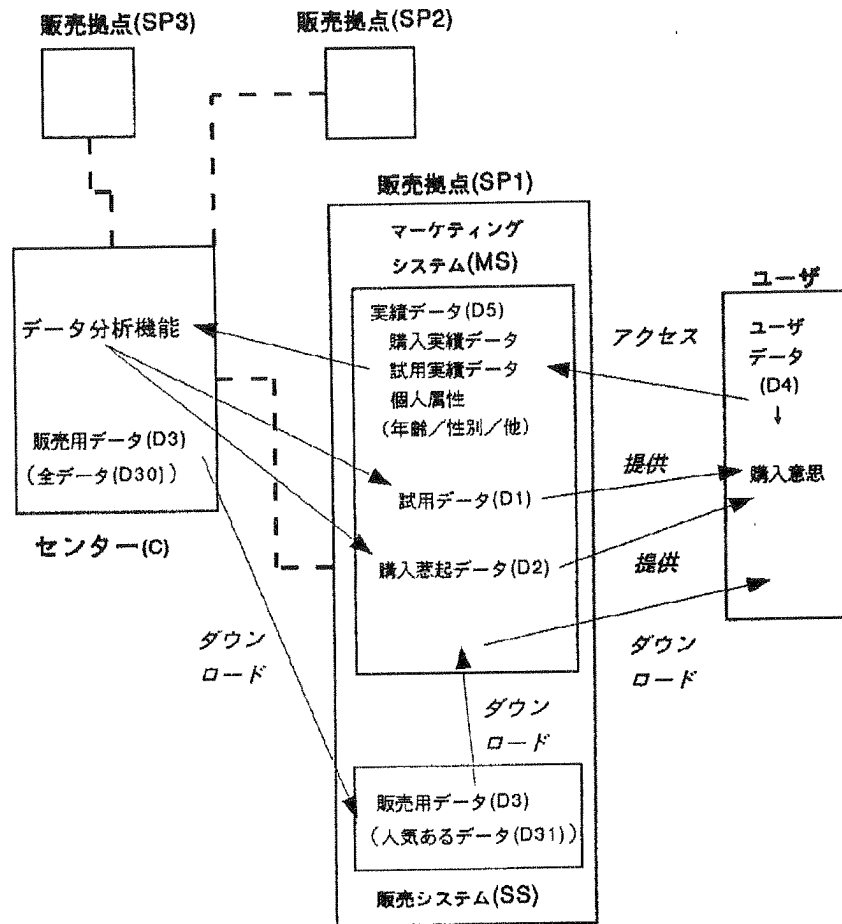
【図3】本発明の第三の実施の形態を示す概念図である。

【図4】本発明の第四の実施の形態を示す概念図である。

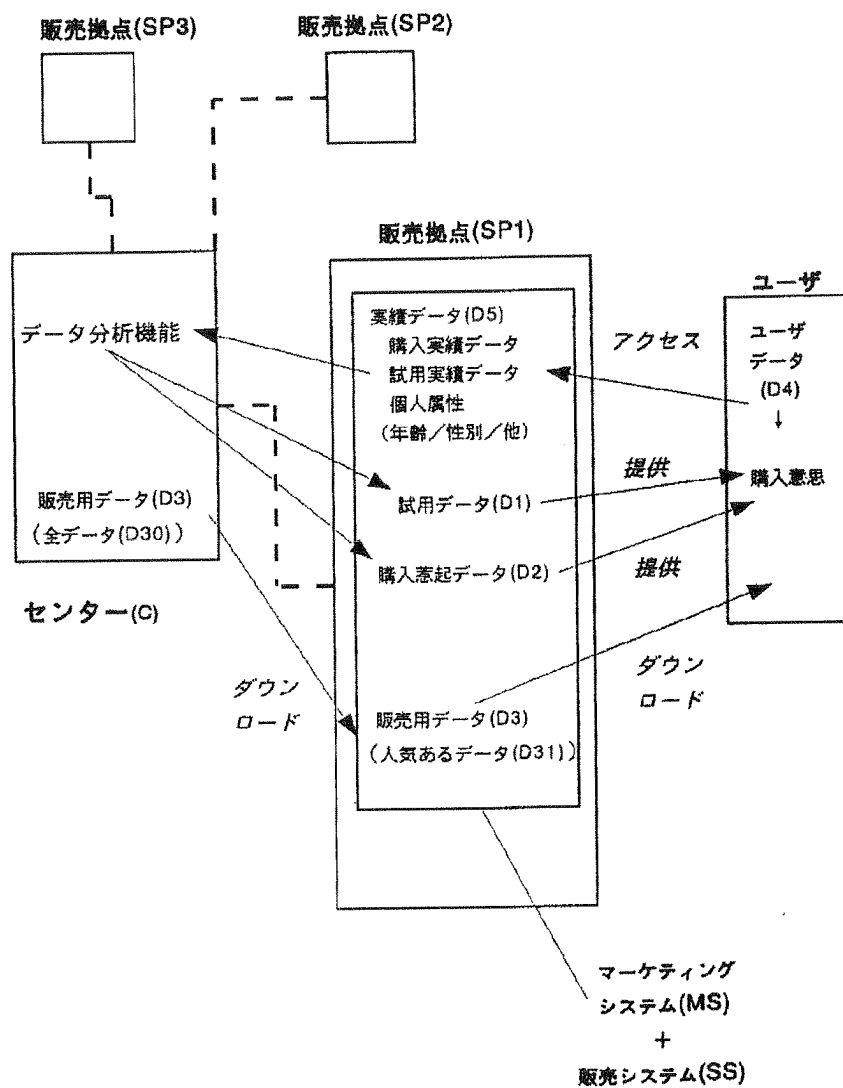
【符号の説明】

D1	試用データ	D2	購入惹起データ
D3	販売用データ	D30	全販売用データ
D31	人気あるデータ		
C	センター装置	C1	センター装置
SP1, SP2, SP3	販売拠点		
MS	マーケティングシステム	SS	販売システム

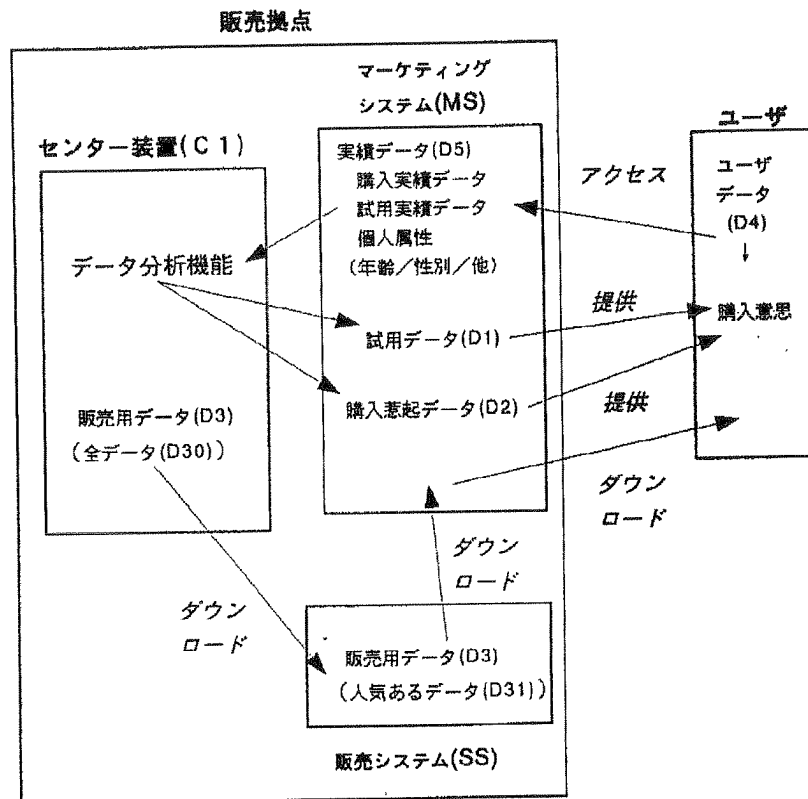
【図1】



【図2】



【図3】



【図4】

